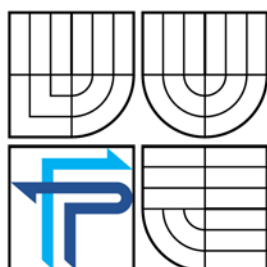


**VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ**  
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



**FAKULTA PODNIKATELSKÁ  
ÚSTAV FINANCÍ**

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT  
INSTITUT OF FINANCES

## **PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR**

BUSINESS PLAN

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**  
BACHELOR'S THESIS

**AUTOR PRÁCE**  
AUTHOR

**PETRA BŘEZINOVÁ**

**VEDOUCÍ PRÁCE**  
SUPERVISOR

**Ing. VLADIMÍRA KUČEROVÁ, Ph.D.**

BRNO 2007

Vysoká škola: Vysoké učení technické v Brně  
Fakulta podnikatelská

Akademický rok: 2006/2007  
Ústav: financí

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Petra Březinová

6202R006 – Daňové poradenství

Ředitel ústavu v souladu se zákonem č. 111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů Vám zadává bakalářskou práci s názvem:

Podnikatelský záměr

Business Plan

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Teoretická východiska práce

Analýza

Návrh podnikatelského záměru

Závěr

Seznam použité literatury

Přílohy

Podle § 60 zákona č. 121/2000 Sb. (autorský zákon) v platném znění, je tato práce „Školním dílem“. Využití této práce se řídí právním režimem autorského zákona. Citace povoluje Fakulta podnikatelská Vysokého učení technického v Brně. Podmínkou externího využití této práce je uzavření „Licenční smlouvy“ dle autorského zákona.

Rozsah grafických prací:

dle potřeby

Rozsah původní zprávy:

cca 40 stran

Seznam odborné literatury:

FOTR, J. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.

KEŘKOVSKÝ, M. a VYKYPĚL, O. Strategické řízení: teorie pro praxi. 2 vyd. Praha: C. H. Beck, 2006. 206 s. ISBN 80-7179-453-8.

KORÁB, V., MIHALISKO, M. Založení a řízení společnosti. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2005. 252 s. ISBN 80-251-0592-X.

WUPPERFELD, U. Podnikatelský plán pro úspěšný start. 1. vyd. Praha: Management Press, 2003. 159 s. ISBN 80-7261-075-9.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Vladimíra Kučerová, Ph.D.

Datum zahájení bakalářské práce:

31. října 2006

Datum odevzdání bakalářské práce:

31. května 2007-05-28

Ing. Pavel Svirák, Dr.  
Ředitel ústavu

Doc. Ing. Miloš Koch, CSc.  
Děkan

V Brně dne: 23. března 2007

# LICENČNÍ SMLOUVA POSKYTOVANÁ K VÝKONU PRÁVA UŽÍT ŠKOLNÍ DÍLO

uzavřená mezi smluvními stranami:

## 1. Pan/paní

Jméno a příjmení: Petra Březinová

Bytem: Jiřice 156, 396 01 Humpolec

Narozen/a (datum a místo): 9. května 1983

(dále jen „autor“)

a

## 2. Vysoké učení technické v Brně

Fakulta podnikatelská

se sídlem Kolejní 2906/4, 612 00, Brno

jejímž jménem jedná na základě písemného pověření děkanem fakulty:

.....

(dále jen „nabyvatel“)

## Čl. 1

### Specifikace školního díla

1. Předmětem této smlouvy je vysokoškolská kvalifikační práce (VŠKP):

- ☐ disertační práce
  - ☐ diplomová práce
  - ☐ bakalářská práce
  - ☐ jiná práce, jejíž druh je specifikován jako .....
- (dále jen VŠKP nebo dílo)

Název VŠKP: .....

Vedoucí/ školitel VŠKP: .....

Ústav: .....

Datum obhajoby VŠKP: .....

VŠKP odevzdal autor nabyvateli v\*:

- ☐ tištěné formě – počet exemplářů .....1.....
- ☐ elektronické formě – počet exemplářů .....1.....

---

\* hodící se zaškrtněte

2. Autor prohlašuje, že vytvořil samostatnou vlastní tvůrčí činností dílo shora popsané a specifikované. Autor dále prohlašuje, že při zpracovávání díla se sám nedostal do rozporu s autorským zákonem a předpisy souvisejícími a že je dílo dílem původním.
3. Dílo je chráněno jako dílo dle autorského zákona v platném znění.
4. Autor potvrzuje, že listinná a elektronická verze díla je identická.

## **Článek 2**

### **Udělení licenčního oprávnění**

1. Autor touto smlouvou poskytuje nabyvateli oprávnění (licenci) k výkonu práva uvedené dílo nevýdělečně užít, archivovat a zpřístupnit ke studijním, výukovým a výzkumným účelům včetně pořizování výpisů, opisů a rozmnoženin.
2. Licence je poskytována celosvětově, pro celou dobu trvání autorských a majetkových práv k dílu.
3. Autor souhlasí se zveřejněním díla v databázi přístupné v mezinárodní síti
  - ☐ ihned po uzavření této smlouvy
  - ☐ 1 rok po uzavření této smlouvy
  - ☐ 3 roky po uzavření této smlouvy
  - ☐ 5 let po uzavření této smlouvy
  - ☐ 10 let po uzavření této smlouvy(z důvodu utajení v něm obsažených informací)
4. Nevýdělečné zveřejňování díla nabyvatelem v souladu s ustanovením § 47b zákona č. 111/ 1998 Sb., v platném znění, nevyžaduje licenci a nabyvatel je k němu povinen a oprávněn ze zákona.

## **Článek 3**

### **Závěrečná ustanovení**

1. Smlouva je sepsána ve třech vyhotoveních s platností originálu, přičemž po jednom vyhotovení obdrží autor a nabyvatel, další vyhotovení je vloženo do VŠKP.
2. Vztahy mezi smluvními stranami vzniklé a neupravené touto smlouvou se řídí autorským zákonem, občanským zákoníkem, vysokoškolským zákonem, zákonem o archivnictví, v platném znění a popř. dalšími právními předpisy.
3. Licenční smlouva byla uzavřena na základě svobodné a pravé vůle smluvních stran, s plným porozuměním jejímu textu i důsledkům, nikoliv v tísní a za nápadně nevýhodných podmínek.
4. Licenční smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami.

V Brně dne: .....

.....  
Nabyvatel

.....  
Autor

## **Abstrakt**

Bakalářská práce je návrhem podnikatelského plánu na vytvoření společnosti Pivovarské lázně, a.s., která bude poskytovat masáže, koupele a zábaly z pивních surovin. Pivovarské lázně, a.s. se budou skládat ze dvou částí. První část společnosti budou tvořit pivní lázně a druhou část restaurace a ubytovací služby. Tuto společnost se rozhodly založit dvě společnosti s ručením omezeným. Jedná se o firmu Opatství, s.r.o. a o firmu Klášterní pivovar s.r.o. Součástí bakalářské práce je analýza, na základě, které je podnikatelský plán navržen.

## **Abstract**

The bachelor thesis is a proposal of the business plan for creation of the company Pivovarské lázně Inc. which will provide massages, baths and wraps based on beer raw material. The company Pivovarské lázně Inc. will comprise two parts. The first part will be a beer spa and the second a restaurant and accommodation services. The company will be established based on a decision of two limited companies: the company Opatství Ltd. and company Cloistral brewery (Klášterní pivovar) Ltd. The business plan was designed based on an analysis which is a part of the bachelor thesis.

## **Klíčová slova**

Podnikatelský plán; podnikatelský záměr; a.s.; marketingový mix

## **Key word**

Business Plan; Business projekt; inc; marketing mix

## **Bibliografická citace**

BŘEZINOVÁ, P. *Podnikatelský záměr*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2007. 55 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Vladimíra Kučerová, Ph.D.

## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Dále prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, a že jsem v práci neporušila autorská práva.

V Brně dne 24. května 2007

.....

Vlastnoruční podpis autora



Obsah	
Úvod a cíl práce.....	10
2 Teoretické poznatky .....	11
2.1 Úvod do podnikání .....	11
2.1.1 Funkce podnikatelského plánu .....	11
2.2 Charakteristika podnikání .....	13
2.2.1 Právní forma podnikání .....	14
2.3 Příprava a realizace podnikatelského plánu .....	19
2.4 Technicko-ekonomická studie.....	20
2.4.1 Marketingová a podnikatelská strategie .....	20
2.4.2 Marketingový mix .....	21
2.4.3 Analýza podniku (SWOT analýza) .....	23
3 Analýza trhu .....	24
3.1 SLEPT analýza .....	24
3.2 Analýza trhu dle Porterova modelu.....	26
3.3 SWOT analýza .....	29
4 Vlastní řešení podnikatelského záměru.....	31
4.1 Představení firem, které zakládají společnost Pivovarské lázně, a.s.....	31
4.2 Vznik a založení společnosti .....	32
4.2.1 Náležitosti vzniku a založení.....	32
4.2.2 Poslání společnosti .....	33
4.2.3 Cíl a dílčí cíle společnosti .....	34
4.3 Marketingový mix .....	34
4.3.1 Produkt .....	34
4.3.2 Cena.....	37
4.3.3 Podpora prodeje.....	38
4.3.4 Distribuce a místo prodeje.....	39
4.4 Organizační struktura .....	41
4.5 Finanční plánování .....	43
5 Další rozvoj firmy .....	48
6 Závěr.....	49
Literatura .....	51
Seznam obrázků .....	52
Seznam tabulek .....	52
Seznam příloh.....	52
Ceník služeb .....	53
Návrh společenské smlouvy.....	54

## Úvod a cíl práce

Bakalářská práce se zabývá založením společnosti Pivovarské lázně, a.s., která bude provozovat masáže, koupele a zábaly z pивních surovin. Součástí práce jsou analýzy trhu, na jejichž základě bude posuzován potenciál úspěchu podnikání.

Společnost Pivovarské lázně, a.s. zakládají dvě společnosti s ručením omezeným. Jedná se o firmu Opatství Želiv, s.r.o. a o firmu Klášterní pivovar s.r.o. Tyto společnosti budou dále představeny.

U firmy Klášterní pivovar s.r.o. jsem vykonávala povinnou praxi, která byla součástí mého bakalářského studia. Při výkonu praxe jsem se dozvěděla, že firma uvažuje o zřízení pivních lázní. Domluvila jsem se s firmou, že v rámci své bakalářské práce pro ně zpracuji podnikatelský plán, který by mohly použít pro jeho realizaci.

Tato práce obsahuje teoretické poznatky, ze kterých jsem vycházela při zpracování podnikatelského plánu, dále zahrnuje analýzu trhu jednotlivých firem a analýzu trhu nově vznikající firmy. Další část je tvořena podnikatelským plánem, jehož součástí je finanční plán. Po té následuje část, ve které je nastíněn další rozvoj firmu Pivovarské lázně, a.s.

Cílem mé bakalářské práce je připravení podmínek pro úspěšný start podnikání. Prostředky k naplnění cíle jsou analýzy trhu, jejichž úkolem je vyhodnocení současně situace na trhu a zhodnocení potenciálu úspěšnosti navrhované firmy a vypracování podnikatelského záměru.

## **2 Teoretické poznatky**

### **2.1 Úvod do podnikání**

V České republice je relativní volnost podnikání. To znamená, že každý, kdo má odvahu podnikat, tak může. Podnikání má své klady i zápory, které musí každý budoucí podnikatel při svém rozhodování zvážit.

Každý, kdo chce začít podnikat, si musí vytvořit kapitálovou základnu pro své podnikání. Protože ten, kdo má dostatek počátečního kapitálu má lepší možnost financovat vybavení firmy, vývoj a uvedení na trh produktu.

V tzv. náběhové fázi musí podnikatel počítat a přecházet počáteční ztráty. Toto období může být dlouhé i několik let, hlavně pro podniky, které se rozhodly vyvinout zcela nový produkt nebo novou inovaci.

***Podnikatelský plán je písemná koncepce podniku, která obsahuje:***

- Cíle a strategie podniku
- Podnikatelský záměr s jeho přednostmi
- Vymezení trhu, cílových skupin a konkurentů
- Další kroky budování podniku
- Plánování obratu, výsledku hospodaření a financování

#### **2.1.1 Funkce podnikatelského plánu**

Podnikatelský plán je prostředkem, který rozhoduje o cestě k budoucímu úspěchu. Vypracování tohoto dokumentu by mělo být pro podnik nejvyšší prioritou.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> WUPPERFELD, U. Podnikatelský plán pro úspěšný start

Podnikatelský plán slouží jako nástroj řízení, to znamená, že pokud napíšeme vlastní myšlenky, potom se k nim můžeme znovu vracet, uspořádat a dále je rozvíjet. Můžeme je rozebírat se známými a odborníky a tím podnikatelský záměr zdokonalovat.

Měl by být „donucovacím“ prostředkem pro zakladatele (společníky) firmy k tomu, aby se dohodli na přesných cílech, strategiích a opatřeních.

K podnikatelskému plánu se sestavují plány opatření a projektů, které jsou směnicí pro pozdější každodenní práci managementu a zaměstnanců.

Podnikatelský plán také slouží k pozdějšímu srovnávání plánu a skutečnosti. Pokud dojde k velkým odchylkám, musejí se najít příčiny, popř. slabá místa.

Bez podnikatelského plánu není možné získat finance, které mohou být ve formě bankovních úvěrů, vlastního kapitálu od společností rizikového kapitálu, soukromých a institucionálních investorů, podpůrných prostředků z různých státních fondů a fondů EU. Z toho vyplývá, že bez podnikatelského plánu je prakticky nemožné začít jednat s poskytovateli kapitálu.

Podnikatelský plán má sloužit jako vizitka společnosti, která musí přesvědčit na první pohled.

Součástí podnikatelského plánu je podnikatelský záměr. Pod pojmem podnikatelský záměr si můžeme představit výrobek, službu nebo inovaci.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> WUPPERFELD, U. Podnikatelský plán pro úspěšný start

Podnikatelský záměr musí obsahovat:

Původ podnikatelského rizika – jak dotyčný na tento nápad přišel (jestli objevil tržní mezeru a tím cíleně hledal řešení problému, nebo ho to napadlo náhodou)

Popis produktu – o jaký produkt se jedná, v případě služby by mělo být uvedeno v čem služba spočívá a jak funguje, jakým způsobem chceme službu poskytovat a jaké vybavení k tomu potřebujeme.

Užitek pro zákazníka – zákazníci musí mít pocit, že jim plyne z podnikatelského záměru užitek, tj. důležité proto, aby byla firma úspěšná, dále musí být nový produkt lepší než ten, který nabízí konkurence.

Podnikatelský model – jakým způsobem funguje firma, co bude komu prodávat, jak silné postavení v konkurenci chce dosáhnout, měly by být uvedeny podnikatelské zásady a dlouhodobé cíle.

Patentověprávní situaci – zda má firma přihlášen patent

Stupeň vývoje záměru – napsat, na kterém vývojovém stupni se záměr nachází<sup>1</sup>

## 2.2 Charakteristika podnikání

Ten, kdo se rozhodne začít podnikat, musí si zvolit právní formu svého podnikání. Má na výběr z několika možností, buď může začít podnikat sám jako OSVČ nebo může založit společnost.

Při rozhodování, jakou právní formu si zvolí, by měl vzít v úvahu to, zda chce podnikat sám nebo jestli chce podnikat s někým dalším. Dále by měl zvážit kolik je ochoten do podnikání vložit, do jaké míry chce ručit za závazky, administrativní náročnost, míru zdanění, atd.

Definice podnikání je upravena v obchodním zákoníku.

---

<sup>1</sup> WUPPERFELD, U. Podnikatelský plán pro úspěšný start

Podnikání je soustavná činnost provozována samostatně podnikatelem, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.

Podnikatelem je osoba, která je zapsaná v obchodním rejstříku, která podnikání na základě živnostenského oprávnění, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů a nebo ta osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu.

Podnikatelem může být osoba, která splňuje určité podmínky (všeobecné a zvláštní). Všeobecnými podmínkami jsou plnoletost (min.18 let), trestní bezúhonnost a způsobilost k právním úkonům. Zvláštními podmínkami jsou např. doložení praxe v oboru, atd.

Obchodní firma je název, pod kterým je podnikatel zapsán do obchodního rejstříku. Podnik je soubor hmotných, nehmotných a osobních složek podnikání.

### **2.2.1 Právní forma podnikání**

Osoba samostatně výdělečně činná (OSVČ) – upravena živnostenským zákonem

Společnosti – ty se ještě dále dělí a jsou upraveny obchodním zákoníkem

#### ***Společnosti***

##### *Osobní*

Veřejná obchodní společnost

Komanditní společnost – něco mezi osobní a obchodní společností

##### *Obchodní*

Společnost s ručením omezeným

Akciová společnost

##### *Družstva*

*Neziskové organizace* – nejsou založeny za účelem dosažení zisku

Rozpočtové organizace

Příspěvkové organizace

*Organizační složky státu*

Společnost se zakládá společenskou smlouvou nebo zakladatelskou listinou.

Základní kapitál je peněžním vyjádřením souhrnu peněžitých i nepeněžitých vkladů všech společníků.

Vklad společníka je souhrn peněžních prostředků nebo jiných penězi ocenitelných hodnot, které se určitá osoba zavazuje vložit do společnosti za účelem nabytí nebo zvýšení účasti ve společnosti.

Společnost vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku.

Společnost zaniká dnem výmazu z obchodního rejstříku.

Charakteristika jednotlivých druhů společností je upravena obchodním zákoníkem.<sup>2</sup>

**obrázek 1 Přehled základních údajů společností**

Společnost	Označení firmy	Počet zakladatelů	Základní kapitál	Min. vklad na společníka	Ručení	Orgány	Zákaz konkurence
Veřejná obchodní společnost	veř. obchod. spol. v.o.s. jméno spol. a spol.	2 a více	Není stanoven	Není stanoven	společnost i společníci neomezeně	Statutární orgán (všichni společníci)	Společníci, pokud s tím všichni souhlasí
Komanditní společnost	kom. spol. k.s.	2 a více (komanditista a komplementář)	Není přesně stanoven	Komplementář není určeno Komanditista - min. 5 000,-	Komanditista do výše svého nesplac. Vkladu komplementář neomezeně	Statutární orgán (komplementáři)	Komplementáři
Společnost s ručením omezeným	spol. s r.o. s.r.o.	1 - 50	200 000,-	min. 20 000,-	společnost celým svým maj., společníci do výše souhrnu všech nesplac. vkladů	Valná hromada Statutární orgán Dozorčí rada	Jednatel
Akciová společnost	akc. spol. a.s.	min. 1 PO nebo 5 FO	s veř. nabídkou 20 mil, bez veř. nabídky 2 mil.	Není stanoven	Společnost neomezeně	Valná hromada Představenstvo Dozorčí rada	Pro členy představenstva
Družstvo	Družstvo	min. 2 PO nebo 5 FO	min. 50 000,-	Není stanoven	Družstvo neomezeně, členové neručí	Členská schůze Představenstvo Kontrolní komise Další orgány dle stanov	Pro členy představenstva a kontrolní komise

<sup>2</sup> Obchodní zákoník

## ***Akciová společnost***

Společnost, jejíž základní kapitál je rozvržen na určitý počet akcií o určité nominální hodnotě.

Společnost může být založena jednou PO, nebo 2 a více osobami.

Firma společnosti musí obsahovat označení „akciová společnost“, popřípadě zkratku „akc. spol.“ nebo „a. s.“.

Společnost se zakládá buď zakladatelskou smlouvou nebo zakladatelskou listinou (zakladatelem je jedna PO). Založení společnosti předchází úpis akcií, který může být buď formou veřejné nabídky, nebo formou neveřejné nabídky.

Obsah zakladatelské smlouvy nebo zakladatelské listiny:

Firma, sídlo a předmět podnikání

Navrhovaný základní kapitál

Počet akcií a jejich nominální hodnota, určení zda akcie budou znít na jméno nebo na majitele, údaje o omezení převoditelnosti

Kolik akcií který zakladatel upisuje, za jaký emisní kurs, způsob a lhůta pro splacení emisního kurzu.

Přibližná výše nákladů, které v souvislosti se založením společnosti vzniknou

Správce vkladu

Místo a doba upisování akcií – nesmí být kratší než dva týdny

Postup při upisování akcií

Místo, dobu, popřípadě účet u banky pro splacení emisního kursu

Společnost vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku.

Rejstříkový soud povolí zápis společnosti do obchodního rejstříku, jsou-li splněny podmínky, které ukládá zákon č. 513/1991 Sb, p.p.



### ***Výše základního kapitálu***

Výše základního kapitálu se posuzuje podle toho, zda společnost upisovala akcie s veřejnou nabídkou nebo bez veřejné nabídky.

Je-li úpis s veřejnou nabídkou, pak základní kapitál společnosti činí Kč 20 000 000,- a proběhl-li úpis bez veřejné nabídky, pak základní kapitál činí Kč 2 000 000,-.

### ***Práva a povinnosti***

Akcionář má právo na podíl na zisku společnosti, který valná hromada dle výsledku hospodaření schválila k rozdělení. Společnost nesmí vyplácet zálohy na podíly na zisku.

Společnost není oprávněna rozdělit zisk nebo jiné vlastní zdroje mezi akcionáře, je-li vlastní kapitál zjištěný z řádné nebo mimořádné účetní závěrky, nebo by v důsledku rozdělení zisku byl nižší než základní kapitál společnosti.

Podíl na zisku členů dozorčí rada a představenstva může stanovit valná hromada ze zisku schváleného k rozdělení.

Pokud není ve stanovách něco jiného, pak dividendy a tantiémy jsou splatné do tří měsíců ode dne, kdy bylo přijato usnesení valné hromady o rozdělení zisku.

Po dobu trvání společnosti ani v případě jejího zrušení není akcionář oprávněn požadovat vrácení svých vkladů.

Akcionář je oprávněn účastnit se valné hromady, hlasovat na ní má právo požadovat a dostat na ní vysvětlení záležitostí týkajících se společnosti, je-li takové vysvětlení potřebné pro posouzení předmětu jednání valné hromady, a uplatňovat návrhy a protinávrhy.

## ***Orgány společnosti***

### **Valná hromada**

Valná hromada je nejvyšším orgánem společnosti. Akcionář se účastní valné hromady buď osobně, nebo v zastoupení na základě písemné plné moci. Zástupcem akcionáře nemůže být člen představenstva ani člen dozorčí rady. Valná hromada se koná nejméně jednou za rok ve lhůtě určené stanovami, nejpozději však do šesti měsíců od posledního dne účetního období a svolává ji představenstvo. Valná hromada je schopná usnášet se, pokud přítomní akcionáři mají akcie, jejichž jmenovitá hodnota představuje 30 % základního kapitálu společnosti.

Do působnosti valné hromady patří např. rozhodovat o změně stanov, rozhodovat o zvýšení či snížení základního kapitálu, volba a odvolání členů představenstva, volba a odvolání členů dozorčí rady, schválení řádné nebo mimořádné účetní závěrky, atd.

Valná hromada musí provádět ze svého zasedání zápis.

Valná hromada

- ustavující
- mimořádná
- řádná

### **Představenstvo**

Je statutárním orgánem. Řídí činnost společnosti a jedná jejím jménem. Rozhoduje o všech záležitostech společnosti. Za představenstvo jedná navenek jménem společnosti každý člen představenstva. Ve lhůtách stanovených ve stanovách předkládá představenstvo valné hromadě zprávu o podnikatelské činnosti společnosti a o stavu jejího majetku, nejméně však jednou za účetní období. Členy představenstva volí a odvolává valná hromada. Pro členy představenstva platí zákaz konkurence.

### **Dozorčí rada**

Dohlíží na výkon působnosti představenstva a uskutečňování podnikatelské činnosti společnosti. Členové jsou oprávněni nahlížet do všech dokladů a záznamů týkajících se činnosti společnosti a kontrolují, zda účetní zápisy jsou řádně vedeny v souladu se skutečností a zda podnikatelská činnost společnosti se uskutečňuje v souladu s právními předpisy, stanovami a pokyny valné hromady.

Přezkoumává řádnou, mimořádnou a konsolidovanou účetní závěrku a návrhy na rozdělení zisku nebo na úhradu ztráty a předkládá své vyjádření valné hromadě.

Dozorčí rada svolává valnou hromadu. Musí mít minimálně tři členy. Člen dozorčí rady nesmí být zároveň členem představenstva, prokuristou nebo osobou oprávněnou jednat jménem společnosti.

### ***Zánik společnosti***

Společnost zaniká výmazem z obchodního rejstříku

## **2.3 Příprava a realizace podnikatelského plánu**

Příprava a realizace podnikatelských projektů je základní formou naplňování zvolené podnikatelské strategie firmy. Pokud chce podnik, aby byl jeho projekt úspěšný musí mít jeho kvalitní přípravu. Příprava projektů zahrnuje činnosti, které jsou vysoce náročné na potřebné znalosti i na vynaložený čas.

Vlastní příprava a realizace projektů zahrnuje tři fáze (předinvestiční, investiční, provozní).

Všechny tři fáze jsou důležité proto, aby byl projekt úspěšný. Ale přesto by měl podnik věnovat zvýšenou pozornost předinvestiční fázi, protože ta by měla obsahovat informace a poznatky marketingové, technicko-technologické, finanční a ekonomické, které podnik získává v rámci zpracování technicko-ekonomické studie.

## **2.4 Technicko-ekonomická studie**

Tato studie má poskytnout veškeré podklady, které jsou potřebné pro investiční rozhodování. U rozsáhlých projektů je potřeba zpracovat předběžnou technicko-ekonomickou studii, která je určitým mezistupněm mezi stručnými studiemi příležitostí a podrobnými technicko-ekonomickými studiemi. Tyto jednotlivé studie detailně rozpracovávají jednotlivé aspekty projektu.

V rámci technicko-ekonomické studie je třeba formulovat a kriticky vyšetřit základní komerční, technické, finanční a ekonomické požadavky na základě variantních řešení. Výsledkem je formulace projektu a jeho cílů a základních charakteristik. Tyto základní charakteristiky zahrnují marketingovou strategii, dosažitelný podíl na trhu, velikost výrobní jednotky, její umístění, základní suroviny a materiál, vhodnou technologii a výrobní zařízení.

Finančně-ekonomická část zahrnuje investiční náklady projektu, výnosy a náklady v období provozu a propočty ukazatelů ekonomické efektivnosti.

### **2.4.1 Marketingová a podnikatelská strategie**

Pro to, aby mohla být vytvořena marketingová strategie, musíme poznat trh, analýzu a prognózu poptávky a vyjasnění konkurenční situace.

Marketingová strategie je podkladem pro vytvoření podnikatelské strategie.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> FOTR, J. Podnikatelský plán a investiční rozhodování

## ***Marketingová strategie***

Marketingová strategie se člení na:

- strategii zaměřenou na konkurenci – musí specifikovat způsoby zvýšení tržního podílu na úkor konkurence, je vhodná tehdy, jedná-li se o zralost nebo nasycení trhu
- strategie tržní expanze – nástroje marketingového mixu se zaměřují buď na rozšíření existujícího trhu nebo na vytvoření trhů nových

## ***Podniková strategie***

Sestavení podnikatelské strategie je velmi náročný proces, který se člení do následujících fází:

- analýza a hodnocení výchozí situace projektu či firmy – analýza a hodnocení zdrojů, výrobního programu, finanční a ekonomické situace
- analýza a hodnocení podnikatelského okolí včetně analýzy trhu
- strategické cíle
- tvorba a hodnocení variant strategie na základě silných a slabých stránek, příležitostí a rizik
- volba strategie určené k realizaci<sup>3</sup>

### **2.4.2 Marketingový mix**

Součástí marketingového mixu jsou čtyři složky (produkt, cena, podpora prodeje, místo a distribuce). Tyto složky jsou na sobě vzájemně závislé. Při sestavení optimální kombinace je nutné vycházet z charakteristik trhu a zvolené strategie projektu.

---

<sup>3</sup> FOTR, J. Podnikatelský plán a investiční rozhodování

### *Produkt a produktová politika*

Pokud chce firma, aby byl její produkt životaschopný, musí najít uplatnění na trhu. Proto je nutné, aby si firma vymezila výrobní sortiment projektu (zda se soustředí na jediný produkt nebo zda těch produktů bude více).

### *Cena a cenová politika*

Podnik musí zvažovat více faktorů, mezi které bude patřit výše nákladů na jednotku produkce, cenová politika hlavních konkurentů, cenová elasticita, slevy, dealerské odměny, platební podmínky, podmínky dodávek.

### *Podpora prodeje*

Je důležitá zejména při vstupu nového produktu na trh, pro udržení pozice a dosažení dlouhodobých cílů projektu.

Mezi podporu prodeje lze zařadit reklamu, propagaci, public relations, osobní prodej, aj.

### *Distribuce*

Hlavními distribučními kanály jsou velkoobchod, maloobchod a přímá distribuce zákazníkům.

Logickými aspekty distribuce jsou dodací podmínky, způsob a prostředky přepravy, optimalizace dopravních cest, řízení zásob, aj.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> FOTR, J. Podnikatelský plán a investiční plánování

### 2.4.3 Analýza podniku (SWOT analýza)

Analýza, která je založená na zvažování vnitřních a vnějších faktorů společnosti. Slouží k identifikaci silných a slabých stránek podniku, příležitostí a ohrožení.

Schéma SWOT analýzy

	S – silné stránky	W – slabé stránky
O – příležitosti	Strategie SO	Strategie WO
T – hrozby	Strategie ST	Strategie WT

Strategie SO se zaměřuje na využití silných stránek na získání výhod. Strategie WO se zaměřuje na překonání slabin využitím příležitostí. Strategie ST využívá silné stránky na čelení hrozbám. Strategie WT se snaží minimalizovat náklady a čelit hrozbám.

## **3 Analýza trhu**

### **3.1 SLEPT analýza**

SLEPT analýza se skládá z 5 faktorů (sociální, legislativní, ekonomické, politické a technologické). SLEPT analýza hodnotí vnější vlivy, které působí na podnik a se kterými musí firma počítat.

K sociálním faktorům patří počet obyvatel, zaměstnanost, hustota zalidnění. Legislativa zkoumá, to zda mohu v oboru podnikat. Do ekonomiky patří příjmy obyvatelstva, tendence ekonomiky.

#### ***Sociální faktory***

Sociální faktory udávají jaké sociální postavení mají naši potenciální zákazníci.

V České republice žije přibližně 10,2 mil. obyvatel, kteří žijí na rozloze 78 866 km<sup>2</sup>. Počet obyvatel, kteří by mohli tvořit okruh našich zákazníků, by byl zhruba kolem 8,1 mil. obyvatel. V roce 2006 bylo zaměstnáno přibližně 66 % lidí, kteří se řadí do věkové skupiny 15-64 let. Míra nezaměstnanosti se od roku 2004 snižuje a předpokládá se, že v letošním roce, tj. v roce 2007, bude nezaměstnanost kolem 7 %. Což je pro nás příznivý stav, protože naše služby se řadí do skupiny luxusních služeb a pokud by se nezaměstnanost vyvíjela opačným směrem, znamenalo by to zhoršení možnosti prosadit se na trhu.

#### ***Legislativní faktory***

Určují za jakých podmínek může být podnikání v ČR provozováno, co se podnikáním rozumí a podle jakých zákonů se podnikatel musí řídit.



V České republice je podnikání upraveno obchodním zákoníkem. Dle legislativy ČR lze vstoupit na trh i v zahraničí. ČR má s některými zeměmi uzavřenou smlouvu o zamezení dvojímu zdanění. Jedná se především o země Evropské unie. Tyto smlouvy určují, ve kterém státě je poplatník povinen zdanit svůj příjem. Tyto smlouvy byly uzavřeny na podporu mezinárodního obchodu.

### ***Ekonomické faktory***

Jsem spadá vše, co se týká ekonomické situace potenciálních zákazníků.

Příjmy obyvatelstva v ČR mají stoupající tendenci. Průměrná reálná měsíční mzda zaměstnance činila v roce 2006 Kč 17 600,-. Což znamená, že se oproti roku 2005 zvýšila o 3,8 %. Předpoklad je takový, že i v příštích letech průměrná reálná měsíční mzda bude mít rostoucí tendenci.

Dle hrubého domácího produktu, který v roce 2006 činil 2 776,4 mld. Kč a oproti předchozímu roku se zvýšil o 6,1 %. Pro rok 2007 ministerstvo financí předpokládá, že se hrubý domácí produkt zvýší asi o 5 %. Z čehož můžeme usuzovat, že hrubý domácí produkt roste.

Roste-li hrubý domácí produkt a příjmy obyvatelstva, lze usuzovat, že ekonomika má rostoucí tendenci. Roste-li ekonomika, tak zákazníci budou více utrácet. Zákazníci budou spíše nakupovat zboží a služby, které se řadí do skupiny luxusní produkt.

### ***Politické faktory***

Do politický faktorů patří například to, zda je stát, ve kterém chceme podnikat, politicky stabilní nebo zda je aktuální hrozba politického převratu, mezinárodní hodnocení státu (rating).

Česká republika je od roku 2004 členem Evropské unie, což svědčí i o tom, že je stabilním státem, ve kterém je hrozba politického převratu minimální.

### ***Technologické faktory***

V oblasti poskytování našich služeb neexistují technologické faktory, podle kterých bychom se musely řídit.

Naše firma bude produkovat velké množství odpadních vod, které způsobují znečištění životního prostředí. Bohužel se tento omezující technologický faktor nedá zatím nijak omezit.

Nepředpokládáme, že by se našla společnost, která by dokázala tyto odpadní vody nějakým způsobem využít. Pokud by se ale někdo, takový objevil, byly bychom ochotni s tímto subjektem jednat o získání licence na využití odpadních vod.

## **3.2 Analýza trhu dle Porterova modelu**

Metoda, která analyzuje konkurenční prostředí. Je zde posuzována síla dodavatelů i odběratelů. Metoda hodnotí možné substituty a rivalitu mezi konkurenty.

### ***Hrozba vstupů nových firem***

Hrozba vstupu nových firem do tohoto odvětví je celkem velká, protože bariéry vstupu na trh jsou celkem malé. Tuto hrozbu lze očekávat především ze strany pivovarů, které se budou snažit efektivním způsobem využít své odpadní suroviny. Podle mého názoru se bude jednat spíš o menší pivovary (např. Jihlavský pivovar, Pelhřimovský pivovar, pivovary, které nabízejí ochucená piva)

### ***Analýza zákazníků a jejich vyjednávací síla***

Chceme se orientovat na zákazníky všech věkových kategorií, muže i ženy, kteří chtějí pečovat o své tělesné i duševní zdraví.

První skupinou zákazníků, na které se chceme zaměřit, by měly být ženy středního věku.

Druhou skupinu by měly tvořit lidé, kteří mají zdravotní potíže s páteří a nebo ti, kteří jsou těmito potížemi ohroženi. (sem by spadala skupina, která trpí bolestmi zad, nebo lidé, kteří musí každý den překonávat stres v práci, v soukromí, atd.).

Třetí skupinou by potom byly turisté, kterým můžeme nabídnout několika denní pobyt spojený s procedurou v našich lázních.

Zákazníky naší firmy bude větší počet lidí, kteří budou naše služby využívat ve stejném rozsahu, proto jejich vyjednávací síla bude velmi malá. Z toho plyne to, že pokud ztratíme nějakého zákazníka, tak naší společnosti nevzniknou existenční problémy.

### ***Analýza dodavatelů a jejich vyjednávací síla***

Suroviny na koupele a zábaly budou dodávány firmou Klášterní pivovar s.r.o., pro kterou je to odpadní surovina, která se dá tímto způsobem znovu efektivně využít. Tímto firmě odpadnou zbytečné náklady na pořízení surovin.

Reklamní předměty s logem si nechá společnost zhotovit firmou Tiskárna David Humpolec s.r.o.

Vyjednávací síla dodavatele Klášterní pivovar s.r.o je velká, což je v tomto případě dobře, protože se jedná o zainteresovanou firmu vůči společnosti Pivovarské lázně, a.s.

Vyjednávací síla dodavatele reklamních předmětů bude naproti tomu malá, protože firma může bez problémů přejít k jinému dodavateli.

### ***Hrozba substitutů***

Na trhu jsou firmy, které nabízejí služby, jež lze chápat jako substituty k našim službám. Jedná se zejména o provozování léčebných lázní, rehabilitačních zařízení.

Tyto substituty, ale někteří lidé nemají možnost využívat. Ať už z důvodů vzdálenosti, ceny nebo nedostatku času. A v tomto ohledu se jim bude snažit naše firma vyjít vstříc.

### ***Rivalita firem a analýza konkurence a konkurenčního prostředí***

Hlavním konkurentem je společnost Chodovar spol. s r.o. Dalšími konkurenty jsou lékařská a lázeňská zařízení, která provozují rašelinové a bahenní koupele.

Jelikož ale takovýchto zařízení není mnoho, tak i ceny těchto služeb jsou celkem vysoké. Další nevýhodou těchto zařízení je dlouhá čekací doba na objednání.

Rivalitu firem musíme posuzovat ze dvou pohledů a to v rámci regionu a v rámci České republiky.

Co se týče rivality v regionu, tak zde žádná rivalita zatím nebude, protože v této oblasti nepůsobí zatím žádná firma.

Co se týče rivality v rámci ČR, tak situace je následující. Služby v tomto oboru poskytuje společnost Chodovar spol. s r.o., která je zároveň jediným přímým a tudíž i hlavním konkurentem.

### **3.3 SWOT analýza**

Analýza zohledňuje všechny stránky fungování podniku a jeho konkurenční pozici na trhu v daném odvětví.

Tato analýza se dělí do čtyř základních skupin, kterými jsou silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby, kterým firma musí čelit. Vzájemným propojením těchto faktorů získáme přehled o pozici firmy na trhu.

#### ***Silné stránky***

- dobře zapamatovatelný název firmy
- vlastní internetové stránky s možností on-line rezervace
- individuální přístup k jednotlivým zákazníkům
- klidné prostředí
- nabídka kvalitních služeb
- poměrně nízké ceny
- nízká konkurence
- zázemí zakládajících, zavedených firem

### ***Slabé stránky***

- malá začínající firma
- nízké povědomí o tomto druhu léčby
- chybějící reference

### ***Příležitosti***

- společnost našla mezeru na trhu
- internetová objednávka
- možnost získávání zákazníků prostřednictvím cestovních kanceláří
- zaměření se na zákazníky, kteří nemají mnoho času na relaxaci a potřebnou péči o své zdraví

### ***Hrozby***

- vstup nových firem na trh
- legislativní překážky v podnikání

## **4 Vlastní řešení podnikatelského záměru**

### **4.1 Představení firem, které zakládají společnost Pivovarské lázně, a.s.**

#### ***Základní údaje o společnosti Opatství Želiv, s.r.o.***

Obchodní firma: Opatství Želiv, s.r.o.  
Sídlo: Želiv 122, 394 44 ŽELIV, okres Pelhřimov  
IČO: 25157833  
Společníci: Kanonie premonstrátů v Želivě  
Vklad: 100 000,-  
Zápis do OR: 21. ledna 2007

Předmětem podnikání této společnosti je koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje a prodej, organizační a ekonomické poradenství, ubytovací služby, provádění staveb včetně jejich změn, udržovacích prací na nich a jejich odstraňování, nakladatelská a vydavatelská činnost, provozování cestovní kanceláře, hostinská činnost, zprostředkování obchodu a služeb a pronájem a půjčování věcí movitých.

#### ***Základní údaje o společnosti Klášterní pivovar Želiv s.r.o.***

Obchodní firma: Klášterní pivovar Želiv s.r.o.  
Sídlo: Želiv 1, 394 44 ŽELIV, okres Pelhřimov  
IČO: 26062828  
Společníci: Kanonie premonstrátů v Želivě  
Libor Pavelec  
SP Finvest, a.s., FEND, a.s.  
Vklad: 201 000,-  
Zápis do OR: 2. června 2003

Předmětem podnikání Klášterního pivovaru Želiv s.r.o. je hostinská činnost, pivovarnictví a sladovnictví a specializovaný maloobchod.

Společnost Opatství Želiv, s.r.o. má k dispozici prostory místního kláštera, které nejsou plně využity. A proto se rozhodla, že společně s firmou Klášterní pivovar Želiv s.r.o. založí společnost Pivovarské lázně, s.r.o.

Předmětem podnikání společnosti Pivovarské lázně, a.s. bude poskytování masérských a regeneračních služeb, provozování zařízení sloužících regeneraci a rekondici, poskytování ubytovacích služeb a provozování restaurace.

Společnost chce zákazníkům nabízet následující služby:

- chmelové lázně
- chmelové a kvasinkové zábaly
- masáže

## **4.2 Vznik a založení společnosti**

Akciová společnost bude založena úpisem akcií bez veřejné nabídky.

### **4.2.1 Náležitosti vzniku a založení**

Společnost se rozhodla, že založí akciovou společnost, která bude tvořena dvěma právnickými osobami, a to společností Opatství Želiv, s.r.o. a společností Klášterní pivovar Želiv s.r.o.

Aby byla společnost založena, musí nejprve dojít k sepsání společenské smlouvy. Návrh společenské smlouvy je uveden v příloze č. 2. Po té musí být určen správce vkladů a výše vkladu, která bude u tohoto správce složena, minimálně však 2 mil. Kč a to buď peněžitými nebo nepeněžitými vklady společníků.



Dále si musí společnost zažádat o vydání živnostenského listu na následující činnosti:

Masérské, rekondiční a regenerační služby

Provozování tělovýchovných a sportovních zařízení sloužících regeneraci a rekondici.

Jelikož ani jeden ze společníků nesplňuje požadavky pro provozování těchto živností, musí si zajistit odpovědného zástupce, jehož prostřednictvím bude moci tyto činnosti vykonávat.

Po splacení základního kapitálu a vydání živnostenských listů, musí podat návrh na zápis společnosti do obchodního rejstříku, který je veden u Krajského soudu v Českých Budějovicích. Dnem zápisu vzniká společnost.

Společnost se dále musí zaregistrovat na příslušném finančním úřadě, kterým je v tomto případě Finanční úřad v Humpolci, dále musí zaregistrovat společnost a zaměstnance na příslušné zdravotní pojišťovny a na správu sociálního zabezpečení.

#### **4.2.2 Poslání společnosti**

Nacházíme se v době, kdy společnost řeší problém stárnutí obyvatelstva a s tím spojený zhoršující se zdravotní stav obyvatel nejen v České republice, ale i v jiných evropských státech.

Proto chceme prostřednictvím naší firmy uvést na trh služby, které by mohly být nápomocny v boji proti zhoršujícímu se zdraví. Svým zákazníkům chceme nabídnout produkty, které budou mít na jejich zdraví (psychické i tělesné) blahodárný účinek.

### **4.2.3 Cíl a dílčí cíle společnosti**

Cílem společnosti je vybudování léčebného a relaxačního centra pro širokou veřejnost.

Tento cíl lze charakterizovat jako místo, kde lidé mohou načerpat novou energii a kde jim pomůžeme s překonáváním některých zdravotních problémů.

Tohoto cíle chce naše firma dosáhnout prostřednictvím účinné propagace tohoto produktu a informovaností potenciálních zákazníků o příznivých vlivech na jejich zdraví.

## **4.3 Marketingový mix**

### **4.3.1 Produkt**

Produktem firmy budou služby spojené s provozováním pivních lázní. Společnost chce svým zákazníkům nabízet tyto služby:

Kvasinkové a chmelové zábaly

Chmelové koupele

Masáže a rehabilitační cvičení

Zábaly jsou vynikající na zjemnění pleti a na vyhlazení vrásek. Chmelové koupele jsou dobré na uvolnění svalů a na prohřátí celého těla. Je dobré kombinovat koupele s masáží, která pomůže rozhýbat ztuhlá místa a při které může zákazník relaxovat.

Náš produkt je určen lidem, kteří mají problémy s bolestmi zad a krční páteře, ale z nedostatku času nemohou navštěvovat rehabilitační zařízení. Dále je tento produkt určen lidem, kteří musí bojovat s každodenním stresem. A v neposlední řadě se chceme zaměřit na ženy, které rády pečují o svůj vzhled.

Doplňkovým produktem bude možnost zákazníka vybrat si, zda mu masáž provede muž či žena. Tento produkt bude zcela zdarma.

Naši zákazníci si budou moci v rámci procedury objednat i ubytování. Zákazníci budou ubytováni v prostorách želivského kláštera, který již dnes možnost ubytování nabízí. V současné době je kapacita ubytování asi 150 lůžek a ubytovat se lze ve dvou- až šestilůžkových pokojích.

**obrázek 2 2lůžkový pokoj**



**obrázek 3 4lůžkový pokoj**



V 1. roce našim zákazníkům, kteří se ubytují, můžeme nabídnout stravování v jídelně kláštera nebo se mohou stravovat v restauračních zařízeních, která v Želivě jsou. Ale ve 2. roce podnikání bychom chtěli naši společnost rozšířit o restauraci, ve které se bude točit klášterní pivo a kde bude menu jídel sestavené jako v běžné restauraci. V jídelníčku kromě klasických jídel bude zařazena i zdravá výživa, jejíž součástí bude vegetariánská strava.

### 4.3.2 Cena

Při stanovování ceny vychází firma z předběžné kalkulace nákladů a z cen zjištěných dle konkurence. Ceník služeb je v příloze č. 1.

Předběžná kalkulace nabízených služeb

**tabulka 1 Kalkulace produktů**

Položky	Chmelová koupel	Zábal	Masáže
Přímý materiál	103,5	0,-	0,-
Přímé mzdy	32,-	16,-	125,-
Ostatní přímé náklady	65,-		
Výrobní režie	10,6	5,3	41,4
Vlastní náklady výroby	211,1	21,3	166,4
Správní režie	6,1	3,05	23,9
Vlastní náklady výkonu	217,2	24,35	190,3
Odbytová režie			
Úplné vlastní náklady výkonu	217,2	24,35	190,3
+Zisk(-Ztráta)	202,95	143,71	103,8
Cena bez DPH	420,15	168,06	294,1
Cena s DPH	500,-	200,-	350,-

Pozn.: K výpočtu správní režie byla použita metoda přírážkou, kde rozvrh. základnou jsou přímé mzdy.

### 4.3.3 Podpora prodeje

Firma se rozhodla zaměřit svoji propagaci na čtyři základní okruhy. První až třetí okruh bude zaměřen na zákazníky, které si firma definovala v analýze zákazníků a poslední okruh propagace bude zaměřen na zákazníky jako celek. Podpora prodeje bude probíhat ve dvou fázích. První fáze bude zaměřena pouze na propagaci v rámci regionu, ve kterém firma bude působit a druhá fáze bude zaměřena na propagaci na území České republiky.

#### *1. fáze propagace*

1. okruh – do tohoto okruh bude patřit propagace, která bude zaměřena především na ženy středního věku
  - firma chce tuto skupinu zákazníků oslovit především prostřednictvím letáčků a plakátů v kosmetických salónech a v kadeřnictvích.
2. okruh – tento okruh bude tvořit propagace zaměřená na lidi, kteří trpí zdravotními potížemi (bolest zad, stres)
  - propagaci budou tvořit letáčky a plakáty, které budou dostupné u praktických lékařů.
3. okruh – tento okruh propagace bude zaměřen na turisty
  - propagaci budou tvořit letáčky a plakáty v ubytovacích zařízeních (hotely, turistické ubytovny), letáčky a plakáty v infocentrech na Pelhřimovsku
4. okruh – tento okruh propagace bude zaměřen na všechny zákazníky
  - propagace bude následující: každá 10. procedura, kterou zákazník absolvuje bude zdarma, každý zákazník, který navštíví naše lázně poprvé, dostane uvítací dárek v podobě ručníku s logem firmy.

Dále chce firma vytvářet a šířit dobré jméno společnosti. Proto jsme se rozhodli, že budeme 5 % ze zisku věnovat na dobročinné účely. Také chceme podporovat rozvoj sportovních aktivit dětí na Pelhřimovsku. Tzn. že chceme se podílet na realizaci některých projektů, které budou podporovat sportovní aktivitu dětí.

## ***2. fáze propagace***

Tato fáze bude zaměřena na propagaci v rámci České republiky.

V rámci České republiky chceme zákazníky získat prostřednictvím cestovních kanceláří, se kterými chceme uzavřít smlouvu. Dalším nástrojem k získání zákazníků by měly být naše internetové stránky, kde zákazník najde základní informace o naší společnosti a o produktech, které nabízíme, včetně jejich účinků na zdraví člověka. Součástí našich stránek bude možnost rezervovat si naše služby prostřednictvím internetu.

Dále chceme každý rok pořádat den otevřených dveří, kdy si zákazník bude moci prohlédnout prostory naší firmy a bezplatně si vyzkoušet naše služby.

### **4.3.4 Distribuce a místo prodeje**

Služby budou poskytovány přímo zákazníkovi v prostorách kláštera, který se nachází v obci Želiv. Toto místo zvolila naše firma z následujících důvodů. V klášteře je pivovar, ze kterého budeme mít suroviny potřebné k přípravě pивních lázní a zábalů. Klášter se nachází v obci, která je vzdálená od Prahy asi hodinu jízdy autem. Je zde klidné prostředí. Návštěvníci zde mohou načerpávat psychické síly prostřednictvím turistiky relaxací u vody. V okolí se nachází několik historických památek, které mohou být dobrou inspirací na výlety. A v neposlední řadě jsme si toto místo zvolili proto, že se jedná o historickou budovu a v žádném jiném klášteře nejsou tyto ani podobné služby provozovány, na což bychom mohli nalákat naše zákazníky.

#### ***Provozní doba pивních lázní:***

Pondělí, Středa, Pátek	12 – 20 h
Sobota – Neděle	10 – 18 h

### ***Historie kláštera***

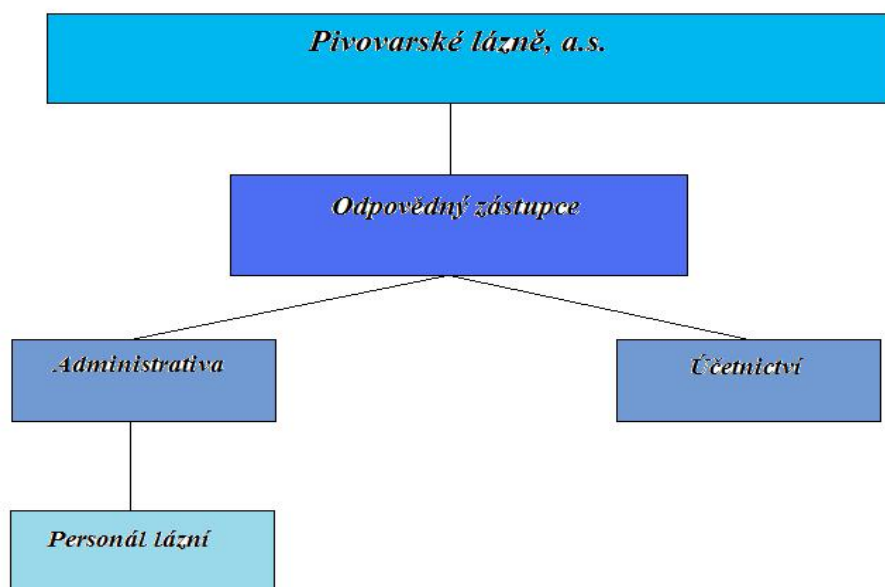
Tento klášter se nachází blízko soutoku řeky Trnávky a řeky Želivky. Klášter byl založen v roce 1139 a až do roku 1149 sloužil benediktinům. V roce 1149 benediktiny vystřídal řád premonstrátů, který zde sídlí dodnes. Tento klášter několikrát za svou historii vyhořel a byl restaurován významnými osobnostmi, ke kterým patří např. stavitel Jan Blažej Santini. V letech 1950-1954 byly prostory kláštera přeměněny na internační tábor pro nepohodlné kněze a řeholníky. V prostorách kláštera se nacházela i psychiatrická léčebna. V současné době část kláštera využívají premonstráti, část je nevyužita, část slouží k podnikatelské činnosti firmy Opatství Želiv, s.r.o. a firmy Klášterní pivovar s.r.o.



## 4.4 Organizační struktura

Organizační struktura naší společnosti by měla vypadat následovně. V první části je označení společnosti a rozdělení na dva úseky. První úsek tvoří pivní lázně a druhý úsek tvoří restaurace s ubytováním. Ve druhé části je zobrazena organizační struktura společnosti.

obrázek 4 Organizační struktura



Odpovědný zástupce bude zároveň jednatelem firmy a bude mít povinnosti, z tohoto statutu vyplývající.

V útvaru administrativa bude jedna zaměstnankyně, která bude mít na starosti vyřizování objednávek, poskytování informací zákazníkům, vyřizování reklamace, její náplní práce bude péče o zaměstnance, atd. Její hrubá mzda bude činit Kč 13 000,- .

Pracovní náplní účetní bude vedení účetnictví společnosti Pivovarské lázně, a.s., kontrola dokladů, zhotovení uzávěrky. Hrubá mzda bude činit Kč 13 000,-.

## Personál lázní

V lázních bude zaměstnáno 6 pracovníků. 1 pracovník na obsluhu lázní a 5 rehabilitačních sester.

Obsluha lázní bude mít na starosti péči o zákazníky, přípravu lázní a úklid lázní. Hrubá mzda Kč 10 000,-.

Rehabilitační sestry budou poskytovat zákazníkům masáže, připravovat zábaly a budou pomáhat obsluze lázní s úklidem. Hrubá mzda bude Kč 20 000,-.

## 4.5 Finanční plánování

### *Náklady před zahájením činnosti*

Tyto náklady budou tvořit různé poplatky a vybavení firmy.

**tabulka 2 Zřizovací náklady**

Náklady na kancelář	
Nábytek + kancelářské potřeby	45 000
Dva počítače	50 000
Účetní software	12 000
Multifunkční zařízení	6 000
Zavedení internetu	2 000
2 mobilní telefony	4 000
Tvorba webových stránek	6 000
Náklady na pivní lázně	
Pět lázeňských van	50 000
Pět masérských stolů	30 000
Masérské pomůcky	30 000
Ručníky	5 000
Župany	10 000
CD přehrávač	4 000
CD s relaxační hudbou	2 000
Ostatní poplatky	8 000
Zřizovací náklady celkem	264 000

### ***Struktura nákladů***

tabulka 3 Struktura nákladů

Položky/měsíc	1	2	3	4	5	6
Mobil	7 000	7 000	7 000	7 000	7 000	7 000
Nájemné	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000
Spotřeba energie	4 500	4 600	3 900	4 300	4 200	4 300
Mzdy sester	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Mzda obsluhy lázní	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Mzda admin. pracovnice	13 000	13 000	13 000	13 000	13 000	13 000
Mzda účetní	13 000	13 000	13 000	13 000	13 000	13 000
Paušál za internet	600	600	600	600	600	600
Kancelářské potřeby			2 000			2 000
Náklady na reklamu	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Odvody na SP a ZP	47 600	47 600	47 600	47 600	47 600	47 600

Položky/měsíc	7	8	9	10	11	12
Mobil	7 000	7 000	7 000	7 000	7 000	7 000
Nájemné	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000
Spotřeba energie	4 550	4 400	4 200	4 300	4 600	4 700
Mzdy sester	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Mzda obsluhy lázní	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Mzda admin. pracovnice	13 000	13 000	13 000	13 000	13 000	13 000
Mzda účetní	13 000	13 000	13 000	13 000	13 000	13 000
Paušál za internet	600	600	600	600	600	600
Kancelářské potřeby			2 000			2 000
Náklady na reklamu	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Odvod na SP a ZP	47 600	47 600	47 600	47 600	47 600	47 600

***Plánované roční náklady celkem:***

Roční náklady na provoz	2 954 950
Zřizovací náklady	264 000
Náklady celkem	3 218 950

***Předběžný odhad tržeb***

Při plném využití naší kapacity, která představuje 9 600 koupelí, 9 600 masáží a 7 680 zábalů za rok, bychom měli dosáhnout ročních tržeb ve výši Kč 10 944 000,-.

Ale protože jsme začínající společnost budeme počítat s tím, že naše kapacita bude využita ze 70 %. V tomto případě bychom měli dosáhnout ročních tržeb ve výši Kč 7 660 800,-.

Z toho vyplývá, že by firma měla dosáhnout z pivních lázní již v prvním roce podnikání výsledku hospodaření ve formě zisku.

Tento zisk by měl být zhruba kolem Kč 4 441 850,-, v případě že by byla využita kapacita pouze ze 70 %.

**tabulka 4 Plán Cash-flow pro 1. rok podnikání**

**Plán Cash-flow pro 1. rok podnikání**

Položka	1. rok											
	Leden	Únor	březen	duben	květen	červen	červenec	srpen	září	říjen	listopad	prosinec
Likvidní prostředky		1 967 714	2 191 328	2 413 642	2 637 556	2 861 570	3 083 484	3 307 148	3 530 962	3 752 976	3 976 890	4 200 504
Běžný účet												
Součet	0	1 967 714	2 191 328	2 413 642	2 637 556	2 861 570	3 083 484	3 307 148	3 530 962	3 752 976	3 976 890	4 200 504
Příjmy												
Tržby	648 600	648 600	648 600	648 600	648 600	648 600	648 600	648 600	648 600	648 600	648 600	648 600
Peněžní vl. vklady	2 000 000											
Součet	2 648 600	648 600	648 600	648 600	648 600	648 600	648 600	648 600	648 600	648 600	648 600	648 600
Disponibilní prostředky	2 648 600	2 616 314	2 839 928	3 062 242	3 286 156	3 510 170	3 732 084	3 955 748	4 179 562	4 401 576	4 625 490	4 849 104
Výdaje												
Osobní N	136 000	136 000	136 000	136 000	136 000	136 000	136 000	136 000	136 000	136 000	136 000	136 000
Nákup materiálu, energie	62 460	62 560	61 860	62 260	62 160	62 260	62 510	62 360	62 160	62 260	62 560	62 660
Nájemné, vedlejší N	45 000	45 000	47 000	45 000	45 000	47 000	45 000	45 000	47 000	45 000	45 000	47 000
Reklama	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Daně	128 826	128 826	128 826	128 826	128 826	128 826	128 826	128 826	128 826	128 826	128 826	128 826
Pojištění (SP,ZP)	47 600	47 600	47 600	47 600	47 600	47 600	47 600	47 600	47 600	47 600	47 600	47 600
Jiné výdaje	256 000											
Mezisosoučet	680 886	424 986	426 286	424 686	424 586	426 686	424 936	424 786	426 586	424 686	424 986	427 086
Nákup majetku												
Soukromé výběry												
Součet	680 886	424 986	426 286	424 686	424 586	426 686	424 936	424 786	426 586	424 686	424 986	427 086
Výsledek (rozdíl)												
(+) Dostatečné krytí	1 967 714	2 191 328	2 413 642	2 637 556	2 861 570	3 083 484	3 307 148	3 530 962	3 752 976	3 976 890	4 200 504	4 422 018
(-) Nedostatečné krytí												
Vyrovnění úvěrem												
Likvidita	1 967 714	2 191 328	2 413 642	2 637 556	2 861 570	3 083 484	3 307 148	3 530 962	3 752 976	3 976 890	4 200 504	4 422 018

**tabulka 5 Plán Cash-flow pro 2. a 3. rok**

Plán Cash-flow pro 2. a 3. rok

Položky	Rok	
	2.	3.
Likvidní prostředky	4 422 018	11 696 703
Běžný účet		
Součet	4 422 018	11 696 703
Příjmy		
Tržby	10 500 000	12 000 000
Půjčky		
Peněžní vl. kapitál		
Jiné příjmy		
Součet	10 500 000	12 000 000
<b>Disponibilní prostředky</b>	<b>14 922 018</b>	<b>23 696 703</b>
Výdaje		
Osobní náklady	238 000	248 600
Nákup materiálu, energie	40 000	42 000
Nájemné, vedlejší náklady	50 000	50 000
Reklama	6 500	65 000
Daně	2 557 515	2 311 247
Pojištění (SP,ZP)	83 300	31 076
Jiné výdaje		
Mezisoučet	2 975 315	2 747 923
Nákup majetku	250 000	
Soukromé výběry		
Součet	3 225 315	2 747 923
Výsledek (rozdíl)		
(+) Dostatečné krytí	11 696 703	20 948 780
(-) Nedostatečné krytí		
Vyrovnaní úvěrem		
<b>Likvidita</b>	<b>11 696 703</b>	<b>20 948 780</b>

## **5 Další rozvoj firmy**

Firma se chce dále rozvíjet. Její rozvoj by měl spočívat v tom, že chce ve druhém roce svého podnikání vybudovat restauraci, která bude sloužit, jak zákazníkům, kteří navštěvují pivní lázně, tak i široké veřejnosti. Součástí restauraci by měl být i dětský koutek, který se bude nacházet v nekuřácké části restaurace.

Dále bychom chtěli zvýšit naši kapacitu, což by nám umožnilo obsloužit více zákazníků.

Toto rozšíření by znamenalo zároveň i vybudování nových pracovních míst.



## 6 Závěr

Na základě teoretických poznatků jsem vytvořila podnikatelský plán založení nové společnosti Pivovarské lázně, a.s. Tato společnost bude provozovat pivní lázně a služby s nimi spojené. Za právní formu podnikání jsme zvolili akciovou společnost. Součástí tohoto plánu je analýza podniku, na základě které navrhuji následující opatření.

Z analýzy podniku vyplývá, že firma bude na trhu zpočátku menším podnikem a tomuto stavu bude muset přizpůsobit i svou strategii. Měla by mít výhodu v tom, že malý podnik oproti velkým společnostem dokáže rychle reagovat na změny na trhu a na požadavky zákazníků, které se mohou ze dne na den změnit.

Z analýzy zákazníků vyplývá, že firma našla mezeru na trhu a předpokládá, že by mohl být o tuto službu zájem hlavně mezi ženami středních let a mezi lidmi, kteří trpí zdravotními problémy. Na tyto potenciální zákazníky by se měla firma zaměřit a přizpůsobit tomu i vhodnou propagací. Dále by mohla firma oslovit cestovní kanceláře, které dělají zájezdy po České republice a zaměřují se obzvláště na oblast Vysočiny. Firma by měla oslovit nejen české, ale i zahraniční cestovní kanceláře.

Dodavatele surovin má firma pouze jednoho a tím je společnost Klášterní pivovar s.r.o., která je zároveň společníkem naší firmy. Problém by mohl nastat v případě, že by pivovar z nějakého důvodu nebyl schopen tyto suroviny dodat, proto by si firma pro tento případ měla obstarat alternativního dodavatele, který by jí tyto suroviny byl ochoten poskytnout za přiměřenou cenu.

Další dodavatelem je firma, která nám bude zajišťovat dodávání reklamních předmětů. Opět by si firma měla zajistit více těchto dodavatelů, mezi které by rozdělila zakázku, tím by minimalizovala riziko toho, že by došlo k situaci, kdy firma nebude schopna dodat reklamní předměty.

Analýzou konkurence jsem dospěla k závěru, že konkurence v provozování pivních lázní je velice malá a je možno se na trhu prosadit. Vlastně jediným a tím pádem i hlavním konkurentem je firma Chodovar spol. s r.o., která se zabývá obdobnou činností jakou chceme provozovat i my. Další konkurenci představují provozovatelé lázní, které nabízejí služby,

kteřé by mohly být substitutem, pro naše zákazníky. Zároveň si musí firma uvědomit nebezpečí toho, že by ji mohly následovat i jiné malé pivovary, čímž by se zvýšila konkurence. Proto musí společnost hned od začátku poskytovat vysoce kvalitní služby a tyto služby s postupem času rozšiřovat, aby byla konkurenceschopná i v situaci, kdy by došlo k rozšíření konkurence.

Naše společnost bude poskytovat služby, které zahrnují chmelové koupele, kvasinkové a chmelové zábaly a relaxační masáže. Zákazník si bude moci vybrat, zda bude chtít celý blok našich služeb, který zahrnuje chmelovou koupel + zábal + masáže, nebo jestli chce absolvovat jen některou službu z nabízených.

Ceny jsme stanovili podle cen konkurence a podle výrobních nákladů. Naše ceny byly stanoveny tak, aby byly konkurence schopné a jsou uvedeny včetně DPH. Tyto ceny dávají i prostor pro možnost případných slev (např. množstevní, stálým zákazníkům, atd.).

Firma se rozhodla propagovat svoje služby pomocí reklamy v regionálním rozhlasu a časopisech pro ženy, dále chce každoročně pořádat dny otevřených dveří. Další součástí propagace bude zprovoznění internetových stránek.

Do budoucna je potřeba, aby se společnost rozšiřovala. Rozšíření může spočívat v tom, že společnost rozšíří své prostory, tím zvýší svojí kapacitu, bude schopna uspokojit více zákazníků, z čehož vyplývá potřeba dalšího personálu. Dále chceme v druhém roce naší činnosti rozšířit naše podnikání o provozování restaurace a o ubytovací služby.

## **Literatura**

FOTR, J. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.

KEŘKOVSKÝ, M. a VYKYPĚL, O. Strategické řízení: teorie pro praxi. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006. 206 s. ISBN 80-7179-453-8.

KORÁB, V., MIHALISKO, M. Založení a řízení společnosti. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2005. 252 s. ISBN 80-251-0592-X.

WUPPERFELD, U. Podnikatelský plán pro úspěšný start. 1. vyd. Praha: Management Press, 2003, 159 s. ISBN 80-7261-075-9.

## Seznam obrázků

obrázek 1 Přehled základních údajů společností .....	15
obrázek 2 2lůžkový pokoj .....	35
obrázek 3 4lůžkový pokoj .....	36
obrázek 4 Organizační struktura .....	41

## Seznam tabulek

tabulka 1 Kalkulace produktů .....	37
tabulka 2 Zřizovací náklady .....	43
tabulka 3 Struktura nákladů .....	44
tabulka 4 Plán Cash-flow pro 1. rok podnikání .....	46
tabulka 5 Plán Cash-flow pro 2. a 3. rok .....	47

## Seznam příloh

Ceník služeb .....	53
Návrh společenské smlouvy .....	54

Přílohy:

### **Ceník služeb**

Produkt	Cena v Kč (včetně DPH)
Chmelová koupel	500,-
Chmelový zábal	200,-
Kvasinkový zábal	200,-
Masáž	350,-
Balíčky služeb	
1. chmelová koupel+zábal+masáž	900,-
2. chmelová koupel+masáž	800,-
3. zábal+masáž	500,-

## Návrh společenské smlouvy

### I.

Obchodní firma, sídlo společnosti, právní forma

1. Obchodní firma společnosti zní: Pivovarské lázně, a.s.
2. Sídlo společnosti je na adrese:
3. Právní forma: akciová společnost

### II.

Společníci

Společníky společnosti jsou:

1. Společnost Opatství Želiv, s.r.o. se sídlem Želiv 122, 394 44 Želiv
2. Společnost Klášterní pivovar Želiv s.r.o. se sídlem Želiv 1, 394 44 Želiv

### III.

Předmět podnikání společnosti

1. Předmětem podnikání společnosti je:

Masérské, rekondiční a regenerační služby

Provozování tělovýchovných a sportovních zařízení sloužících regeneraci a rekondici.

### IV.

Navrhovaný základní kapitál

1. Základní kapitál společnosti bude činit 2 000 000,- Kč (slovy dva miliony korun).
2. Společníci se zavazují k úpisu akcií následovně:  
Klášterní pivovar Želiv s.r.o. se zavazuje k úpisu akcií v nominální výši Kč 1 000 000,-, tj. společnost Klášterní pivovar Želiv s.r.o. se zavazuje k úpisu 1000 ks akcií.

Opatství Želiv, s.r.o. se zavazuje k úpisu akcií v nominální výši Kč 1 000 000,-, tj. společnost Opatství Želiv, s.r.o. se zavazuje k úpisu 1000 ks akcií.

3. Společnost vydá 1 000 ks akcií v nominální hodnotě 2 000 Kč/ks.
4. Základní kapitál bude celý splacen před zápisem do obchodního rejstříku, nejpozději však 7 dní před podáním návrhu na zápis do obchodního rejstříku.
5. Akcie budou znít na majitele a budou vedeny v zaknihované formě.

#### V.

##### Správce vkladu

1. Správcem vkladu bude jednatel společnosti Pivovarské lázně, a.s., u kterého budou vklady uloženy a po té složeny na bankovní účet společnosti.

#### VI.

##### Místo a doba úpisu akcií

1. Úpis akcií bude probíhat v sídle společnosti Opatství Želiv, s.r.o. a doba úpisu bude stanovena na 3 měsíce.